



SPONSORED BY:

TOWERS
PERRIN

IABC GOLD QUILL AWARDS ПРИГЛАШЕНИЕ К УЧАСТИЮ 2010

Примите участие в конкурсе **Gold Quill Awards**, и Вы сможете укрепить свою уверенность, поддержать свою профессию и сделать более успешным свое профессиональное сообщество

Вот 10 основных причин для участия

- 1. Оправдайте свое повышение, увеличьте бюджет.** Приготовьте убедительный пример того, что вы можете сделать, перед тем, как просить финансирование у руководства или у клиента.
- 2. Расширяйте свой опыт.** Когда вы готовитесь к подаче заявки, используйте это, чтобы найти области, нуждающиеся в улучшении. Совершенствуйте ваше стратегическое мышление.
- 3. Поднимите планку.** Выходите на новый профессиональный уровень. Добивайтесь большего.
- 4. Станьте уверенней.** Докажите себе – а также руководству и клиентам – что ваша работа является исключительной.
- 5. Поддержите нашу профессию.** Измените восприятие коммуникаций. Расскажите всем, что наша работа повышает стоимость бизнеса и способствует его прибыльности.
- 6. Порадуйтесь своим достижениям.** Вы хорошо поработали. Отметьте ваши усилия. Почувствуйте удовлетворение от признания.
- 7. Вдохновите команду.** Соберите ее для того, чтобы вместе сделать ошеломляющий проект. Разделите успех вместе с командой, когда проект завершится.
- 8. Станьте лидером в своем сообществе.** Глобальное оно или локальное, виртуальное или реальное, Вы можете подчеркнуть свои лидерские качества участием в международном конкурсе.
- 9. Преодолейте сомнения.** Вы *можете* измерить эффективность того, что Вы делаете – даже в социальных медиа. Конкурс Gold Quill Awards даст Вам пример и структуру, как это сделать.
- 10. Станьте легендой** в профессиональном сообществе.

Be Heard®

Вступите в борьбу за награду IABC Gold Quill Awards 2010 сегодня

Об IABC

Международная Ассоциация Бизнес-Коммуникаторов (IABC) – это всемирная сеть специалистов, стремящихся повысить эффективность бизнеса посредством стратегических коммуникаций. Основанная в 1970 году, IABC объединяет более 15,000 членов в 80 странах и 100 отделениях. Дополнительную информацию можно найти на сайте www.iabc.com или www.communicators.ru (сайт российского отделения IABC).

ВРЕМЯ, ВЫЗОВ, ВЫИГРЫШ

Большинство из нас - тех, кто занимается коммуникациями в силу своей профессиональной деятельности - больше не работает пером и чернилами. Обычно мы используем клавиатуру компьютера; мы делаем записи с помощью микрофонов и камер; мы общаемся лично и по селекторной связи; или мы жмем пальцами на крошечные клавиши наших мобильных телефонов.

В наше время, эпоху социальных медиа, неслучайно, что сообщества и отношения стали ключевым трендом в коммуникациях. Те возможности, которые нам известны как продукт социальных медиа, когда-то сводились к прямым контактам. Теперь же они опосредованы – и обогащены – стремительно развивающимися Интернет-технологиями, мгновенными и не ограниченными никакими географическими рамками.

Эти технологии оказывают грандиозный эффект на общество, бизнес и политику. Вопрос, который я бы хотел задать: «А куда приведут нас эти технологии?» Как сказал Маршалл МакЛюэн в книге «Понимание медиа» еще в 1964-м году, «Сначала мы придаем форму нашим инструментам, а потом они придают форму нам».

Лично я благодарен Вам за то, что Вы подаете заявку. Высокое качество и невероятное разнообразие работ, которые я просмотрел в свое время, будучи экспертом и региональным координатором конкурса, - вот что делает для меня Gold Quill таким вдохновляющим.

Вы можете быть одним из растущего числа специалистов по коммуникациям в практически любой точке нашей планеты. Или многопрофильным профессионалом-коммуникатором с соседней улицы. В любом случае, мне будет очень интересно узнать, какая коммуникационная задача стояла именно перед *Вами*, как *Вы* искали ее решение и – что очень важно - как *Вы* измеряли успешность своего проекта.

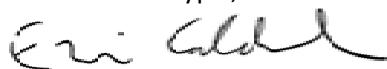
Вы собираетесь принять вызов – сравнить свою работу с высочайшими мировыми стандартами и, если она им соответствует, попробовать завоевать самый желанный приз в коммуникационной профессии – награду Gold Quill Award. Вы правы в том, что Вы делаете это сейчас, потому что преимущества участия многочисленны, а результаты победы велики.

Выигрыш в конкурсе Gold Quill – это лучший способ произвести впечатление на свое руководство или на клиентов, ускорить свое повышение и доказать важность того, что вы делаете.

Мы продолжаем успешную программу наставничества, которую мы начали в прошлом году. Для тех, кто подает заявку впервые, она облегчает участие в конкурсе и делает его более ценным. Узнайте, как найти наставника, на сайте www.iabc.com/awards/gq. Новичок вы или ветеран – так или иначе, сейчас самое лучшее время для того, чтобы присоединиться к всемирному сообществу победителей Gold Quill Awards.

Если Вы или Ваши друзья хотят подать заявку на французском, испанском или русском языках – нет проблем. Приглашение к участию можно скачать на любом из этих языков на сайте IABC.

Надеюсь встретиться с Вами в Торонто в июне 2010-го года, когда победители Gold Quill будут получать свои заслуженные награды на Всемирной Конференции IABC. Поэтому сдуйте пыль со своей клавиатуры, запаситесь временем, примите вызов и готовьтесь завоевать свой выигрыш.



Эзри Карлебах (Ezri Carlebach)

Председатель конкурсной программы Gold Quill Awards 2010
Директор по коммуникациям Lifelong Learning, Великобритания

КАК ЗАВОЕВАТЬ НАГРАДУ GOLD QUILL AWARD

Разумеется, у вас нет сомнений в том, **зачем** это нужно. Теперь мы расскажем вам, **как** это сделать.

ВЫДЕРЖИВАЕТ ЛИ GOLD QUILL ПРОВЕРКУ ВРЕМЕНЕМ?

Уже более чем 35 лет программа Gold Quill Awards строго оценивает и награждает работу бизнес-коммуникаторов по всем аспектам их деятельности – от составления текстов и дизайна до стратегического коммуникационного планирования.

Проводимая IABC (the International Association of Business Communicators), эта программа ежегодно добивается лучшей работы от более чем 15 000 коммуникаторов по всему миру – таких же профессионалов, как вы, чья работа способствует достижению целей их организации и напрямую влияет на успех бизнеса.

КАК ДОЛЖНА ВЫГЛЯДЕТЬ ЗАЯВКА-ПОБЕДИТЕЛЬ?

Заявки-победители могут описывать как большие проекты, так и маленькие. Они могут быть разработаны корпоративными отделами, агентствами или отдельными специалистами. У некоторых значительный бюджет, а некоторые обходятся скромным. В целом проект, достойный награды Gold Quill Awards, - это тот, который:

- Ставит четкие задачи для достижения бизнес-целей и демонстрирует понимание целевой аудитории.
- Своими креативными и эффективными коммуникационными достижениями дает ценные и измеримые преимущества организации.
- Дает оценку результату коммуникационной программы в доказательство того, что поставленные цели были успешно достигнуты.

IABC Gold Quill Awards открыт для всех профессиональных коммуникаторов, в число которых входят:

- Стратеги, менеджеры и практики.
- Специалисты по коммуникациям, работающие в корпоративном, правительственном и некоммерческом секторах.
- Руководители агентств, креативные концептуалисты и тактики.
- Любые другие специалисты-коммуникаторы.

Победители выбираются жюри, состоящем из Ваших коллег, профессионалов-коммуникаторов, которые используют метод оценки, который проверялся и совершенствовался в течение более чем трех десятилетий.

Я ЗДЕСЬ, САМО СОБОЙ, ТОЛЬКО ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ПОПРОБОВАТЬ ЧТО-ТО НОВОЕ, НО ВОТ ЕСЛИ ВДРУГ Я И ПРАВДА ВЫИГРАЮ, ЧТО МНЕ ЗА ЭТО БУДЕТ?

Победители Gold Quill получают:

- Персональную награду Gold Quill Award.
- Личное упоминание на Всемирной конференции IABC во время гала-церемонии, которая будет проводиться 7 июня в Торонто.
- Один бесплатный билет на официальный ужин и церемонию награждения.
- Личное упоминание в выпуске журнала IABC *Communication World* за июль-август.
- Упоминание Вашего имени и названия компании на сайте IABC.
- Возможность публикации в информационных материалах IABC среди других заявок-победителей.
- Разрешение на использование официального логотипа победителя Gold Quill Award.
- Автоматическое участие в конкурсах Jake Wittmer Research Award и Business Issue Award (см стр 27)
- Беспрецедентная зависть окружающих (возможно)

ВАШ ГИД В GOLD QUILL AWARDS

Право на участие

Шаг 1: Выберите вашу категорию или категории

Шаг 2: Напишите рабочий план

Шаг 3: Подготовьте рабочий образец

Шаг 4: Заполните бланк заявки

Шаг 5: Отправьте оплату в центральный офис IABC или оплатите через Интернет

Шаг 6: Отправьте вашу заявку координатору соответствующей категории.

Оплата и сроки

Часто задаваемые вопросы

Проверка перед отправкой (контрольный список)

Особые награды

Студенческий конкурс Student Award

Рекомендации

Бланк заявки

ПРАВО НА УЧАСТИЕ

Ваша заявка должна:

- Включать в себя оригинальный материал для рабочего образца. Объединенные, заимствованные, перепечатанные материалы не принимаются.
- Она должна быть подана в установленные сроки.
- Для конкурса этого года вы должны предоставить на рассмотрение работу, которая была выполнена и оценена в 2009. Вы также можете предоставить работу, выполненную до 2009 года, если работа и/или оценка распространялась на 2009 (заявки, победившие в прошлом году, не принимаются).
- Включать в себя письменное разрешение на предоставление заявки от клиентов, агентств, поставщиков и других ключевых участников проекта на бланке компании. Напечатанная копия электронного письма-разрешения, подписанная клиентом или другими участниками, также принимается.
- Включать в себя все необходимые элементы, в том числе электронную и печатную копии рабочего плана.
- Она должна быть отправлена координатору соответствующей категории или региональному/языковому координатору. Список координаторов вы можете найти на сайте www.iabc.com/awards/gq. Убедитесь, что учтено время на доставку заявки вашему координатору. Информацию о российском координаторе Вы можете найти на сайте российского отделения IABC: <http://www.communicators.ru/about/gq>
- Следуйте Кодексу Этики IABC (его можно найти на сайте центрального офиса www.iabc.com, сайте российского отделения IABC <http://www.communicators.ru/about/codex> или запросить по беспрошлинном телефону в главных офисах IABC 800-776-4222 или +1 415 544 4700 за пределами США и Канады).
- Работа, выполненная для филиалов и региональных объединений IABC, принимается. Но работа, выполненная для IABC или для Исследовательского Фонда IABC на международном уровне, не может участвовать в конкурсе.

ШАГ 1: ВЫБЕРИТЕ ВАШУ КАТЕГОРИЮ ИЛИ КАТЕГОРИИ

27 категорий делятся по трем секциям: Коммуникационный менеджмент, Коммуникационные технологии и Коммуникационный креатив. Просмотрите список категорий, приведенный ниже, и выберите подходящую категорию или категории для вашей заявки.

Выбор правильной категории может сыграть ключевую роль в успешности заявки. Если вы не уверены, свяжитесь с координатором категории, которая больше всего вам подходит. Список координаторов с адресами находится на сайте www.iabc.com/awards/gg. Информацию о российском координаторе вы можете найти на сайте российского отделения IABC: <http://www.communicators.ru/about/gg>.

Для помощи с заполнением заявки обращайтесь к сайту www.iabc.com/awards/gg или звоните в центральный офис IABC по тел: +1 415.544.4700 или 800.776.4222.

Внимательно выбирайте свою категорию

Секции и категории помогают судьям оценить, достигло ли ваше вступление (заявка) поставленных целей. Если ваша заявка представлена в неправильной категории, Вы можете быть дисквалифицированы, и Ваш вступительный взнос не будет вам возвращен. Если судьи определяют, что ваша заявка подходит под несколько категорий, они могут позволить некоторую свободу в этих случаях.

Подача заявок в различные категории

Один и тот же проект или часть проекта могут подходить под различные категории. Но вам следует составить четкий рабочий план для каждой заявки (т.е. не писать один рабочий план и использовать его в более чем одной категории). Вы можете предоставить столько заявок, сколько пожелаете, но плата взимается за каждую.

СЕКЦИЯ 1: КОММУНИКАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Секция коммуникационного менеджмента рассматривает проекты, программы и кампании, которые направлены на разработку коммуникационной стратегии. Заявки в эту секцию могут быть поданы организациями любого типа, от госкорпораций до мелких розничных компаний и организаций, работающих в сфере коммунальных услуг и здравоохранения. Заявители должны продемонстрировать, как в их проекте применяется полный набор инструментов менеджмента и планирования, в том числе исследование, анализ, стратегия, тактическое применение и оценка. Заявки могут включать в себя комбинацию коммуникационных материалов.

Внимание: Индивидуальные элементы коммуникационной программы, такие как брошюры, веб-сайты и письма-рассылки, также можно предоставить в секциях «Коммуникационные технологии» и «Коммуникационный креатив».

КАТЕГОРИЯ 1: СВЯЗИ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

Программы, нацеленные на правительственные органы и федеральные агентства.

КАТЕГОРИЯ 2: СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Программы, нацеленные на общественность, включая некоммерческие организации и организации, построенные на добровольных началах.

КАТЕГОРИЯ 3: СВЯЗИ С КЛИЕНТАМИ

Программы, нацеленные на клиентскую аудиторию, включая управление взаимоотношениями с клиентами и изучение потребителя.

КАТЕГОРИЯ 4: МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Программы, нацеленные на международную аудиторию, включая международных клиентов и организации, а также программы, разработанные международными органами (такими, как Европейский Союз или MERCOSUR).

КАТЕГОРИЯ 5: СВЯЗИ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Программы, в которых новостные средства информации используются в качестве основного канала для достижения целевой аудитории.

КАТЕГОРИЯ 6: СВЯЗИ С РАЗЛИЧНЫМИ АУДИТОРИЯМИ

Программы, нацеленные на более чем одну внутреннюю и/или внешнюю аудиторию.

КАТЕГОРИЯ 7: МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Программы, направленные на внешнюю аудиторию с целью распространения маркетинговой продукции и/или услуг.

КАТЕГОРИЯ 8: УПРАВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМНЫМИ ВОПРОСАМИ (ISSUES MANAGEMENT) И АНТИКРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Программы, нацеленные на внешнюю и/или внутреннюю аудиторию и касающиеся вопросов, тенденций, проблем и/или отношений, оказывающих непосредственное влияние на организацию. Эти программы затрагивают трудовые отношения, кризисы, слияния и поглощения, общественную политику или вопросы охраны окружающей среды.

КАТЕГОРИЯ 9: ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Программы, нацеленные на сотрудников или членов организации. Эта категория включает в себя программы, которые формируют понимание, влияют на мнение аудитории и/или ее поведение, а также программы, посвященные менеджменту коммуникаций, вопросам этики, морали, внутренней культуры или организации внедрения изменений.

КАТЕГОРИЯ 10: МОТИВАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Программы, нацеленные на сотрудников или членов организации, которые затрагивают вопросы здоровья, благосостояния, сбережений, пенсии, акционерного капитала, компенсаций, а также найма и удержания сотрудников.

КАТЕГОРИЯ 11: РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Эта категория предназначена для программ, которые направлены на разработку новых стратегических подходов к коммуникациям внутри организации. Они могут включать в себя аудит бренда и корпоративной культуры, стратегическое информирование, исследование персонала и рынка, конкурентную оценку и анализ аудитории. Эта категория также включает обучающие программы, которые повышают уровень коммуникации внутри организации или среди ключевых аудиторий.

КАТЕГОРИЯ 12: БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ

Эта категория включает в себя стратегии для новых брендов или для нового позиционирования уже существующих. Победители в этой категории описывают исследование, которое используется для планирования ребрендинга. Программы включают архитектуру бренда, изменения фирменного стиля и разрабатывают решения вопросов, связанных с брендинговыми коммуникациями.

КАТЕГОРИЯ 13: ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ

Эта категория включает в себя любые события, организуемые по корпоративным поводам. Это может быть, например, годовщина, официальное открытие, запуск продукта, дорожное шоу, конференция, какое-либо событие у клиента или чествование сотрудника.

КАТЕГОРИЯ 14: СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Программы, где в качестве целевых аудиторий выступают сообщества, правительства и фонды. Программы в этой категории затрагивают проблемы устойчивого развития или другие экономические, социальные вопросы и вопросам окружающей среды. Они включают в себя программы международной помощи, корпоративной социальной ответственности, экономического восстановления, сохранения культуры, образования, грамотности, здоровья, сокращения бедности, а также программы занятости и программы защиты культурного и национального наследия. Заявки в эту категорию могут также содержать проекты, которые включают в себя развлечения с образовательным уклоном, используемые там, где радио и телевидение являются единственным способом обращения к большому количеству людей.

КАТЕГОРИЯ 15: МНОГОЯЗЫЧНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Программы, нацеленные на двуязычные или многоязычные аудитории, включая те, которые говорят на неродном языке.

КАТЕГОРИЯ 16: ЭЛЕКТРОННЫЕ И ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Эти программы являются компьютерными коммуникационными проектами, созданными для внутренней и внешней аудиторий, которые в основном используют электронную продукцию и/или способы доставки. Эти способы включают в себя электронные новостные рассылки, электронные годовые отчеты, веб-сайты и интранет-сайты. В эту категорию входит преимущественно одностороннее взаимодействие: опубликованный контент, который аудитория оценивает в режиме онлайн. Ваша задача – четко определить, подходит ли ваша программа этой категории или категории 17, «Социальные медиа».

КАТЕГОРИЯ 17: СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Эти программы используют быстро развивающийся набор инструментов и практик, которые позволяют человеку и группе работать совместно и делиться знаниями и опытом в онлайн-режиме. Эти инструменты и практики предназначены для вовлечения аудитории (внешней или внутренней) в диалог, в отличие от распространения информации в одном направлении. Если у вас есть вопросы по поводу того, подходит ли ваша заявка под эту категорию, свяжитесь с руководителем программы Gold Quill по электронной почте recognition@iabc.com.

Инструменты и технологии, доступные в настоящее время, включают в себя (но не ограничиваются):

- Диалоговые платформы (блоги, подкасты и т.п.)
- Социальные сети (LinkedIn, Facebook, MySpace, Dopplr и т.п.)
- Демократизированные контентные сети (Digg, wikis, доски сообщений и т.п.)
- Микроблоги (Twitter, Jaiku, Pownes и т.д.)
- Сайты обмена контентом (YouTube, Flickr, Del.icio.us и т.д.)
- Виртуальные сетевые платформы (Second Life, There.com и т.д.)

Думаете, не подать ли заявку в категорию «Социальные медиа», но считаете, что она больше подойдет для секций «Коммуникационные технологии» или «Коммуникационный креатив»? Нет проблем, если Вы уверены насчет соответствия. Не забудьте убедиться, что заявка оформлена согласно требованиям соответствующего раздела.

СЕКЦИЯ 2: КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Данная секция включает в себя коммуникационные продукты (публикации, рекламу, веб-сайты, новостные рассылки и т.д.), которые демонстрируют знание коммуникационных технологий, таких как редактирование, письмо и дизайн. В дополнение к общему высокому уровню профессионализма, заявители должны продемонстрировать креативность, измеримые результаты и стратегическое соответствие проекта бизнес-целям их организации.

Внимание: Индивидуальный коммуникационный продукт может также быть заявлен в качестве части всей программы для секции «Коммуникационный менеджмент».

КАТЕГОРИЯ 18: ЭЛЕКТРОННАЯ И ЦИФРОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Эта категория включает в себя компьютерные коммуникационные проекты для внутренней или внешней аудитории, которая в основном использует электронную форму и/или средство коммуникации. В эту категорию входит преимущественно одностороннее взаимодействие: опубликованный контент, который аудитория получает посредством Интернета. Это могут быть:

- Электронные новостные рассылки
- Электронные годовые отчеты
- Веб-сайты
- Интранет-сайты

КАТЕГОРИЯ 19: АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Программы в этой категории используют звук, видео, фильмы, слайды, компакт-диски или комбинации этих элементов. Сюда входят такие проекты, как:

- Видеопрограммы
- Аудиопрограммы
- Программы, использующие слайды и звук
- Фильмы

КАТЕГОРИЯ 20: ПУБЛИКАЦИИ

В эту категорию входят внутренние и внешние публикации во всех форматах, *кроме* электронного.

Например:

- Журналы (одноцветные или многоцветные)
- Газеты
- Таблоиды
- Новостные письма
- Годовые отчеты
- Специальные публикации

КАТЕГОРИЯ 21: ТЕКСТЫ

Эта категория использует оригинальные материалы, написанные для отдельного коммуникационного проекта. В нее входят:

- Личные профили
- Периодические статьи или колонки
- Другие статьи
- Передовицы
- Рекламные статьи
- Разъяснительные статьи
- Речи
- Сценарии

- Новостные релизы
- Продвижение и маркетинг
- Технические тексты
- Тексты для онлайн-распространения

СЕКЦИЯ 3: КОММУНИКАЦИОННЫЙ КРЕАТИВ

Данная категория включает в себя проекты, которые демонстрируют творческий талант и дизайн и одновременно выполняют коммуникативные функции. Проекты по смене дизайна также входят в эту секцию. Заявители должны продемонстрировать инновационность, креативность, стратегическое соответствие проекта бизнес-целям их организации и эффективные визуальные коммуникации.

Внимание: Индивидуальный продукт может быть также заявлен как часть комплексной программы, представленной в секции «Коммуникационный менеджмент».

КАТЕГОРИЯ 22: ДИЗАЙН ПУБЛИКАЦИИ

Эта категория предназначена для дизайна внутренних и внешних публикаций всех форматов, включая электронные. В эти публикации входят:

- Журналы (монохромные или полноцветные)
- Газеты
- Таблоиды
- Новостные письма
- Ежегодные отчеты
- Брошюры и листовки
- Электронные письма-рассылки

КАТЕГОРИЯ 23: ДРУГОЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Проекты включают в себя проектирование индивидуальности бренда или другой графический проект, где дизайн является основной коммуникационной функцией. Сюда входят мультфильмы, рисунки, картинки, коллажи, монтажи, постеры, выставки, доски объявлений, приглашения, особые значки и пиктограммы, которые используются в:

- Обложках книг и журналов
- Постерах
- Материалах, формирующих визуальную идентичность организации (логотипы и т.п.)
- Упаковках и товарных знаках
- Прямом маркетинге (прямая рассылка, фирменные подарки и т.д.)
- 3D материалах (футболках и т.д.)
- Иллюстрациях

КАТЕГОРИЯ 24: ИНТЕРАКТИВНЫЙ МЕДИА-ДИЗАЙН

Дизайн электронных элементов и элементов медиа-дизайна относится к интерактивным продуктам, которые используются с помощью компьютера. Сюда входят:

- Дизайн веб-сайтов
- Дизайн интранет-сайтов
- CD-ROM или DVD
- Электронные карты, реклама на баннерах, всплывающие окошки и т.д.

КАТЕГОРИЯ 25: НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА/3D

Эти продукты предназначены для широкой публики и должны быть расположены на улице. Сюда входят:

- Рекламные щиты
- Настенные изображения и уличные скульптуры
- Постеры на улице и транспорте (для использования на автобусных остановках, терминалах аэропортов, зданиях и машинах, и т.д.)
- Декорации, неоновые надписи, тенты, уличная мебель и т.д.

КАТЕГОРИЯ 26: ФОТОГРАФИЯ

Оригинальные фотографии, сделанные или выбранные для отдельного коммуникационного проекта. Сюда входят:

- Отдельные фотографии
- Фото-зарисовки

КАТЕГОРИЯ 27: РЕКЛАМА (в традиционных СМИ)

Заявки в этой категории демонстрируют креативное и инновационное использование традиционных каналов рекламы. Сюда входят:

- Фильмы/телевидение
- Радио
- Печатные издания

ШАГ 2: НАПИШИТЕ ВАШ РАБОЧИЙ ПЛАН

Продумайте ваш рабочий план как краткое изложение вашей коммуникационной стратегии. Рабочий план описывает коммуникационную программу вашего проекта, как она была разработана и чего вы хотели достичь.

Увеличьте Ваши шансы на победу

Посмотрите примеры рабочих планов проектов, победивших в 2008 году, на www.iabc.com/awards/gg, или приобретите книгу *Best Practices in Communication Planning and Implementation* на www.iabcstore.com.

Стандарты оформления:

- Коммуникационный МЕНЕДЖМЕНТ: рабочий план не должен быть более **четырёх** страниц.
- Коммуникационные ТЕХНОЛОГИИ: не более **трех** стр.
- Коммуникационный КРЕАТИВ: не более **двух** стр.
- Заявки должны быть напечатаны на бумаге формата А4 (21х29,7 см). Минимальный размер шрифта – 10 пунктов.
- Используйте формат одной колонки (параграфа), все поля должны быть не менее 1.3 см.

Как подписать рабочий план

Обозначьте следующую информацию в верхней части своего двух-, трех- или четырехстраничного рабочего плана, а не на отдельной странице (см. пункты 1-5 на стр. 18)

1. **Имя заявителя.**
2. **Организация заявителя.**
3. **Организация клиента или внешнего агентства (если есть).**
4. **Название заявки.**
5. **Секция и категория.**
6. **Время выполнения проекта:** уточните временные рамки проекта.
7. **Краткое описание:** опишите вашу заявку одним-двумя предложениями.

Принципы подсчета баллов

Эксперты оценивают и ваш рабочий план, и рабочий образец.

Для заявок в секцию «Коммуникационный Менеджмент», которые отражают полный набор навыков планирования и управления, на рабочий план и рабочий образец приходится по 50% баллов.

Для заявок в секцию «Коммуникационные технологии», на рабочий план приходится 60% баллов, а на рабочий образец – 40%.

Для заявок в секцию «Коммуникационный Креатив» на рабочий план приходится 25% баллов, на рабочий образец- 75%.

Образцы бланков, используемых экспертами, можно найти на сайте www.iabc.com/awards/gg/

Рабочие планы для секций «Коммуникационный Менеджмент» и «Коммуникационные Технологии»

Для написания рабочих планов секций 1 и 2 используйте следующий формат (включая заголовки):

1. **Необходимость/возможность.** На какую необходимость или возможность направлен ваш проект? Четко опишите проблемы, с которыми сталкивается организация, и обрисуйте, как влияют эти проблемы на работу, репутацию, имидж, прибыль, участие и т.д. Выделите результаты любого официального или неофициального исследования в поддержку вашего анализа данной необходимости или возможности.
2. **Планируемая аудитория или аудитории.** Определите вашу основную аудиторию или любые другие аудитории. Каково настроение у аудитории? Какие ключевые характеристики аудитории вы учитывали, разрабатывая ваше решение? Рассмотрите психографические и демографические характеристики. Опишите любые исследования, которые вы проводили с вашей аудиторией.

3. **Цели и задачи.** Цели описывают то, что должен был достичь ваш проект в итоге. Выберите две или три ключевые цели для подробного описания. Эти цели должны совпадать с будущими нуждами вашей организации. Задачи должны быть реалистичны и измеримы, и их функцией должна быть проверка результатов, таких, как количество, качество, время, цена, проценты и др. критерии. Обычно эти измерения выражаются в деньгах, но не всегда. Если результаты выражаются в других единицах, обязательно укажите это в вашем описании.
4. **Описание решения.** Опишите решение вашего проекта и логику его принятия. Расскажите, зачем вы делали то, что вы делали. Решение должно демонстрировать ваш мыслительный процесс, воображение и подход к решению проблемы. Опишите, как вы вовлекли заинтересованные стороны в разработку решения. Определите основные задачи. Расскажите о тактике и коммуникационных средствах, которые вы использовали. Определите вашу роль в проекте и степень вашей вовлеченности и ответственности.
5. **Исполнение и сложности.** Определите бюджет проекта. Неважно, если бюджет небольшой. Покажите, как эффективно вы использовали финансы. Укажите временные рамки. Опишите любые ограничения или проблемы, с которыми вы столкнулись, обговаривая и воплощая ваши идеи. (Судьи ищут гибкость и способность решать проблемы и договариваться о решении). Отметьте любые сложности и опишите, как вы с ними справились.
6. **Измерение/оценка результатов.** Как вы оценивали результаты вашего проекта? Каждый результат должен быть привязан к одной или нескольким задачам. Результаты должны быть релевантными, исчерпывающими и убедительными. Оценка должна демонстрировать именно результат, а не процесс.

Например, если ваша кампания по связям со СМИ была предназначена для поддержки выпуска продукта, вы должны оценить итоговые показатели продаж, нежели просто количество выходов или эквивалент рекламной стоимости.

Если ваша задача заключалась в том, чтобы улучшить понимание каких-то вопросов сотрудниками организации, вы должны показать, что их осведомленность повысилась в результате вашего коммуникационного проекта.

Как сделать так, чтобы мой рабочий план был требуемого объема?

Отредактируйте ваш план таким образом, чтобы он был ясным и лаконичным. Списки и таблицы помогут вам больше сэкономить пространство, чем полные абзацы. Спросите себя:

- Показывает ли содержание плана, что проект хорошо выполнен?
- Затрагивает ли мой план основные моменты? Убедителен ли он?
- Может ли он быть использован для того, чтобы продемонстрировать другим, что является эффективным?

Рабочие планы для секции «Коммуникационный Креатив»

Для написания рабочего плана для секции 3 используйте следующий формат (включая эти заголовки):

1. **Краткое содержание проекта.** Опишите ваш проект. На какую бизнес-задачу (потребность, возможность) было направлено ваше решение?
2. **Планируемая аудитория.** Определите основную аудиторию и другие аудитории. Дайте ключевые характеристики (потребности, предпочтения, демография и т.д.), которые вы учитывали при

разработке вашего решения. Опишите любое исследование, которое вы проводили с вашей аудиторией.

3. **Задачи.** Какие креативные задачи стояли перед вашим проектом? Какого результата вы достигли? Каким образом ваши креативные задачи повлияли на необходимость или возможность вашего бизнеса?
4. **Ключевые сообщения/идеи.** Какие сообщения или темы было важнее всего передать? Обозначьте ваши ключевые сообщения или идеи.
5. **Обоснование креативного решения.** Обрисуйте креативное решение и логику его принятия. Расскажите, почему вы делали то, что вы делали. Опишите, как ваше решение демонстрирует интуицию и воображение. Определите вашу роль в проекте, степень вовлеченности и ответственности.
6. **Результаты.** Каким образом вы выполнили задачи вашего проекта? Как ваше креативное решение было направлено на бизнес-задачу (потребность или возможность) организации? Продемонстрируйте эффективность вашего решения на примерах увеличения продаж, трафика, участия и др. исчисляемых результатов. Обсудите ваш бюджет и временные рамки и покажите, насколько эффективно вы их использовали.

Подготовьте отдельный рабочий план для каждой заявки. Не предоставляйте один рабочий план для более чем одной категории. Предоставьте и электронную, и печатную копию рабочего плана. Убедитесь, что ваш CD подписан: имя заявителя, название заявки и организация заявителя.

ШАГ 3: ПОДГОТОВЬТЕ ВАШ РАБОЧИЙ ОБРАЗЕЦ

Рабочий образец является дополнительным материалом, который иллюстрирует Вашу коммуникационную программу. Сюда могут входить видеокассеты, публикации, дизайнерские работы, письменные образцы, фотографии, компьютерные программы и т.п. Вы также можете включить такие продукты, как сценарии, краткое изложение результатов исследования, медиабаинг и т.п. Ваш рабочий образец должен представлять область действия вашей работы.

Рабочий образец может быть либо в электронном, либо в печатном виде. Например, это может быть письмо-рассылка, подкаст или веб-сайт. Он является вещественным примером вашего коммуникационного проекта. Просим вас присылать образцы максимально высокого качества.

Важно: Если работа завершена от лица клиента, **приложите письменное разрешение на бланке клиента**, подтверждающее вашу роль и его согласие на предоставление этой заявки на рассмотрение. Также принимаются подписанные клиентом печатные копии высланного по электронной почте разрешения.

Несколько слов о размере вашей заявки или заявок.

Все заявки должны быть сброшюрованы с максимальным диаметром пружины 2.55 см. Заявка должна быть отпечатана на бумаге форматом не более A4 (21x29,7 см).

Убедитесь, что ваша работа правильно организована и сокращена для корректного представления вашего проекта. Не превышайте ограничений в размере. Хотя предпочтение отдается сброшюрованным заявкам, заявки в папках или конвертах будут приняты, но их толщина не должна превышать одного дюйма. В противном случае заявка будет дисквалифицирована.

Единственным допустимым исключением может быть то, что часть вашего рабочего образца, причем важная для вашей заявки, например, видеокассета, книга или 3D устройство, превышают указанные размеры. В этом случае вы можете упаковать эту часть с вашим рабочим образцом. Однако остальной материал должен отвечать требованиям к размерам.

Используйте ярлыки для разделения и обозначения различных секций вашей заявки (то есть бланк заявки, рабочий план, рабочий образец) и убедитесь, что все секции четко подписаны. Не используйте скрепки и резинки. То, что можно пробить дыроколом, не складывайте в пластиковые файлы, файлы используйте только для фотографий. Используйте футляры для DVD, CD и видео, которые можно открыть и запечатать повторно. **Подпишите все элементы вашей заявки на случай, если они будут разделены.** Когда ваша заявка будет оформлена, подпишите ее или папку с заявкой и отправьте ее соответствующему координатору Gold Quill Awards.

Технические требования:

- **Электронные и цифровые элементы.** Электронные и цифровые работы должны быть доступны на программном обеспечении Windows или Macintosh.
- **Для веб-сайтов,** укажите URL или IP-адрес сайта в вашей заявке.
- **Для интранета или сайтов с ограниченным доступом** приложите инструкцию, как зарегистрироваться на сайте, вместе с регистрационным именем или паролем. Если доступ будет проблематичен или если есть возможность того, что сайт может измениться после предоставления на рассмотрение, подумайте о предоставлении видео «Путеводителя по рабочему образцу» (не более 5 мин) на CD-ROM.

Электронные заявки будут дисквалифицированы, если они содержат вирусы, если они повреждены или могут повредить компьютерные системы, используемые при экспертной оценке, или если эксперты не могут установить рабочие образцы согласно приложенной инструкции. Приложите краткий обзор ваших компакт-дисков, DVD или других электронных носителей (снимки с подписями, архив из выбранных сцен и т.п.) в вашем рабочем образце.

Большие и/или тяжелые предметы (дисплеи, рекламные щиты, скульптуры и т.д.). Пришлите цветные фотографии (не более 20.3x25.4 см) больших и/или тяжелых предметов.

Публикации. Для периодики мы предлагаем заявителям предоставить три последовательных выпуска в качестве одной заявки (в напечатанной и электронной версиях). Если издание выходит раз в полгода, предоставьте два выпуска. Для ежегодных публикаций, включая годовые отчеты, предоставьте один выпуск на рассмотрение. Укажите частоту публикаций (раз в месяц, в квартал, в полгода и т.д.) в вашем рабочем плане. Форматы публикаций следующие:

- **Журналы:** напечатанные на прочной или гладкой бумаге, в основном формат А4, прошитые или связанные.
- **Газеты:** напечатаны на газетной бумаге, в основном 40.6x58.4 см.
- **Таблоиды:** отпечатаны на плотной или высококачественной бумаге, 30.5x35.6 см или более.
- **Письма-рассылки:** напечатаны на газетной или глянцевой бумаге, меньшего размера, чем газеты и таблоиды, объемом 4-8 страниц формата А4.

Фотография: Предоставьте материал вашей заявки в том контексте, в котором он использовался. Для печатных средств информации предоставьте печатный материал, где появилась фотография (предпочтительны вырезки). Для фотографий, используемых на дисплеях или досках объявлений или в других случаях, когда размеры велики, пришлите фото всего проекта 20.3x25.4 см и одну фотографию крупным планом.

Программы и кампании: Предоставьте полную, лаконичную заявку, которая иллюстрирует всю кампанию. Для того чтобы сделать это, приложите наглядные образцы различных элементов программы. Предоставьте фотографии (не более 20.3x25.4 см) больших или объемных образцов.

Текстовые образцы: Приложите вырезку или другие свидетельства того, где появлялся образец. Для периодических очерков и колонок (категория 21), одна заявка должна включать в себя не менее трех образцов. Для сценариев (категория 21) предоставьте заявки, напечатанные на бумаге формата А4.

DVD: предоставьте программы в формате, соответствующем стандартным форматам на той территории, где они будут оцениваться.

Важно: Материалы не возвращаются. Все заявки становятся собственностью IABC. Если кто-то обладает правом собственности на материал, укажите это на переплете. В этом случае, ваши материалы будут уничтожены после оценивания.

Правильно отбирайте материал для рабочего образца

Для иллюстрации больших коммуникационных программ выбирайте такие примеры (клипы, фото и т.д.), которые дают наилучшее представление о вашей заявке, вместо того, чтобы присылать все предметы. Например, не присылайте футболку, а пришлите фото толпы людей, в них одетых. В качестве последней проверки спросите себя:

- Если бы вы были членом целевой аудитории, привлек ли бы ваше внимание ваш образец?
- Является ли он значимым, запоминающимся и релевантным?
- Отражает ли ваш образец решение, описанное в вашем рабочем плане?

ШАГ 4: ЗАПОЛНИТЕ БЛАНК ЗАЯВКИ

Заполните бланк заявки либо через Интернет, либо в печатном виде. Мы рекомендуем предоставить ваш бланк заявки и оплату через Интернет на www.iabc.com/awards/gq. В случае онлайн-оплаты вы получаете электронное подтверждение об оплате. Приложите это подтверждение к вашей заявке.

Печатная копия вашего рабочего плана вместе с копией подтверждения оплаты и рабочим образцом должны быть уже получены к указанному сроку координатором вашей категории или региональным координатором, даже если вы уже отправили заявку и оплатили через Интернет. Если вы производите оплату по почте, отправьте оплату и копию бланка вашей заявки в главный офис IABC. Также отправьте копию бланка заявки вместе с самой заявкой координатору вашей категории или региональному/языковому координатору.

Помните, требуется предварительная оплата:

- **Если вы платите через Интернет**, распечатайте ваше подтверждение и сделайте копию. Отправьте одну копию подтверждения вместе с самой заявкой координатору вашей категории. Одну копию сохраните у себя.
- **Если вы воспользовались бланком заявки из этого буклета или распечатали с www.iabc.com/awards/gq**, сделайте три копии бланка заявки. Одну копию отправьте вместе с самой заявкой координатору вашей категории или региональному/языковому координатору. Другую копию отправьте в главный офис IABC вместе с оплатой. Одну копию оставьте себе.

Заполните все поля бланка заявки.

- **Имя заявителя:** укажите только одно имя. Это должен быть человек, который был в большей степени ответственен за разработку, управление и выполнение заявки. Имя заявителя на бланке должно совпадать с именем на рабочем плане. невыполнение этого требования может привести к дисквалификации. Если вы выиграете, с вами свяжутся по электронной почте, чтобы узнать, хотите ли вы добавить еще имена для упоминания в числе победителей.
- **Организация заявителя:** напишите название вашей организации.
- **Организация клиента или внешнего агентства:** если представляемая вами работа выполнялась не для вашей организации, включите имя организации, для которой был разработан проект и/или внешнего поставщика (агентства). Вы также должны предоставить одобрение проекта организацией на бланке компании вместе с вашей заявкой.
- **Название заявки:** выберите название, которое точно описывает вашу заявку.
- **Секция и категория:** укажите номер секции и название (напр., секция 2, Коммуникационные технологии) и категории (напр., категория 19, Аудиовизуальные средства коммуникации)

ШАГ 5: ОТПРАВЬТЕ ОПЛАТУ В ГЛАВНЫЙ ОФИС IABC ИЛИ ОПЛАТИТЕ ЧЕРЕЗ ИНТЕРНЕТ

Вы можете оплатить либо через Интернет кредитной картой, либо почтой, переслав чек. Если вы не платите онлайн, отправьте вашу оплату и копию заполненного бланка заявки, используя форму доставки с отслеживанием отправок, по адресу:

IABC Gold Quill Awards
601 Montgomery St., Suite 1900
San Francisco, CA 94111 USA

Как только ваша оплата будет обработана в IABC, вы получите подтверждение по электронной почте.

ШАГ 6: ОТПРАВЬТЕ ВАШУ ЗАЯВКУ КООРДИНАТОРУ СООТВЕТСТВУЮЩЕЙ КАТЕГОРИИ.

Отправьте вашу заявку координатору соответствующей категории или региональному/языковому координатору (см. на www.iabc.com/awards/gg список координаторов и их адреса). Информацию о российском координаторе Вы можете найти на сайте российского отделения IABC: <http://www.communicators.ru/about/gg>

Ваша заявка должна состоять из:

- Одной копии заполненного бланка заявки
- Рабочего образца
- Двух копий рабочего плана (электронной и печатной)

Образцы и рабочие планы, присланные по электронной почте или факсом, не принимаются. Заявки, отправленные в главный офис IABC, будут дисквалифицированы, деньги возвращены не будут.

Если вы проживаете в Азиатско-Тихоокеанском, Европейско-Ближневосточном или Африканском регионах, или если Вы предоставляете заявку на испанском, французском или русском языке, отправьте вашу заявку соответствующему региональному/языковому координатору. Информацию о координаторах и как с ними связаться вы можете найти на www.iabc.com/awards/gg. Информацию о российском координаторе Вы можете найти на сайте российского отделения IABC: <http://www.communicators.ru/about/gg>.

Для предоставления заявок не из США убедитесь, что вы указали на бланке заказа, что Ваша посылка стоит 1 доллар и что Вы пересылаете бизнес-файлы. Кроме того, если вы хотите указать стоимость вашей посылки, укажите, что все пошлины и налоги уплачиваются отправителем.

ПОДАЙТЕ ЗАЯВКУ НА GOLD QUILL И СДЕЛАЙТЕ ПЕРВЫЙ ШАГ К ТОМУ, ЧТОБЫ СТАТЬ АККРЕДИТОВАННЫМ БИЗНЕС-КОММУНИКАТОРОМ (ABC)

Подайте свою заявку в секцию «Коммуникационный Менеджмент» или «Коммуникационные технологии» и начните свою аккредитацию.

Сэкономьте US\$100, выбрав эту опцию. Ваш рабочий план и образец будут оцениваться квалифицированными аккредитованными бизнес-коммуникаторами с точки зрения соответствия программе аккредитации и премии Gold Quill Award. Даже если Ваша работа не завоюет премию, но получит оценку в 4 балла или выше, она подойдет для аккредитации.

Если Вы хотите полностью выполнить требования к предоставлению портфолио для аккредитации, подайте две заявки на Gold Quill Award – они обе будут рассматриваться в качестве аккредитационного портфолио, которое должно включать две работы.

Или можете просто начать с одной работы. Оставляем это на ваше усмотрение.

Три простых шага для подачи заявки

1. Просмотрите внимательно квалификационные требования к аккредитации на сайте www.iabc.com/abc.
2. Оплатите заявку (или заявки) на участие в Gold Quill Award, выбрав опцию “Аккредитация и Gold Quill Award.”
3. Пришлите свое резюме на адрес recognition@iabc.com. Вам сообщат, если вы прошли.

Достигните нового стандарта профессионального развития

Сэкономьте, воспользовавшись этой опцией для того, чтобы вас еще больше ценили в вашей организации. Сравните себя с мировым стандартом коммуникационной профессии и получите признание своего мастерства и подтверждение, что вы бывалый и опытный профессионал-коммуникатор.

Подайте заявку на Gold Quill Award entry и сделайте первый шаг к тому, чтобы стать аккредитованным бизнес-коммуникатором.

Что представляет собой аккредитация IABC?

Аккредитационная программа IABC – это мировой стандарт профессионализма для специалиста по бизнес-коммуникациям. Оцениваемая аккредитованными профессионалами, эта программа требует от участников продемонстрировать их этичность, а также умение планировать, исполнять и измерять эффективность стратегических коммуникаций. Те кандидаты, которые отвечают всем требованиям, программы, получают право называться Аккредитованными Бизнес-Коммуникаторами (Accredited Business Communicator (ABC)).

ОПЛАТА И СРОКИ

Все заявки должны быть уже **получены на руки** (а не отмечены почтовым штампом) в указанные ниже сроки. Если вы отправляете оплату международной почтой, заранее узнайте о таможенных требованиях и учитывайте время на доставку в IABC. Укажите “No Commercial Value” (не представляет коммерческой ценности) на документах.

Проверьте местонахождение координатора соответствующей категории или регионального/языкового координатора заранее и убедитесь, что времени для доставки координатору достаточно, чтобы успеть к сроку, указанному ниже. Заявки в Северной Америке могут приниматься из США в Канаде и наоборот. Круглосуточная доставка доступна не везде.

Первая дата приема заявок: 27 января 2010	Последняя дата приема заявок: 3 февраля 2010
Члены IABC — US\$190	Члены IABC — US\$325
Не члены — US\$290	Не члены — US\$425
Вступить в IABC и подать заявку — US\$485	Вступить в IABC и подать заявку — US\$620
Аккредитация и Gold Quill Awards – US\$410	Аккредитация и Gold Quill Awards – US\$545

Оплачивайте заявку в соответствии с тарифами для первого дедлайна только в том случае, если вы сможете гарантировать доставку вашего рабочего образца и рабочего плана соответствующему координатору до 27 января. Заявки, предоставленные между первой и второй датой (между 28-м января и 3 февраля), относятся к последнему дедлайну и должны быть оплачены соответственно. Если ваш рабочий план и рабочий образец не получены вовремя, деньги не возвращаются. Рабочий план и рабочий образец, отправленные электронной почтой или факсом, не принимаются.

Экономия! Сэкономьте 100 долларов, предоставив вашу заявку до первого дедлайна 27 января 2010 года (рабочий план и рабочий образец должны быть получены в этот срок).

Вступайте в IABC и подавайте заявку

Вы можете сэкономить деньги, воспользовавшись преимуществами вступления в IABC одновременно с подачей заявки. Членство распространяется на один год и на одну заявку Gold Quill. Чтобы получить информацию о преимуществах членства в IABC, звоните в главный офис Ассоциации по тел. 800-776-4222 в США и Канаде или +1 415 544 4700 или заходите на сайт www.iabc.com/membershipinfo/.

Внимание: Варианты «Вступить в IABC и подать заявку» и «Аккредитация и Gold Quill Awards» не комбинируются. Опция «Аккредитация и Gold Quill Awards» доступна только действительным членам IABC.

ВСЕ ЕЩЕ ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ? ВОТ НЕКОТОРЫЕ ИЗ ТЕХ, КОТОРЫЕ ЗАДАВАЛИ ДО ВАС, НО ЕСЛИ У ВАС ЕСТЬ ДРУГИЕ, НАПРАВЛЯЙТЕ ИХ ПО ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЕ НА АДРЕС RECOGNITION@IABC.COM.

Можно ли подавать заявку второй раз?

Да, если выполнены два условия. Первое, ваша заявка не выигрывала награду в предыдущем году. Второе, работа над проектом и/или оценка результатов должны распространяться на текущий год. Например, заявку могла бы быть снова представлена на Gold Quill Awards 2010, если она не побеждала в программе прошлого года и работа и/или оценка результатов распространяются на 2009 год.

Могу ли я подождать и предоставить заявку этого года на конкурс следующего?

На программу Gold Quill Awards 2011 будут приниматься работы, выполненные до 2010, только в том случае, если работа и/или оценка результатов в них распространяется на 2010 год. Если заявка описывает многогодовой проект или программу, рассматриваться будут только материалы, результаты которых были документально оформлены в 2010 году.

Могу ли я предоставлять одну и ту же заявку более одного раза за год?

Вы можете предоставлять одну и ту же заявку во всех тех категориях, которые ей подходят. Вы должны переработать ваш рабочий план таким образом, чтобы он подходил каждой категории, и произвести оплату за участие в каждой категории, в которую вы подаете заявку. Тем не менее, вы можете использовать один бланк заявки для предоставления вашей заявки в различные категории.

Могу ли я предоставить несколько проектов?

Вы можете предоставить столько заявок, сколько захотите. Если у вас несколько проектов, используйте отдельные бланки заявок, рабочие планы и рабочие образцы для каждой заявки. Каждая заявка оплачивается отдельно.

Если мой проект создан группой, какое имя мне использовать в качестве имени заявителя? Чем мне гарантировать, что другие участники будут вознаграждены за участие в проекте?

Имя заявителя должно быть именем человека, который в большей степени ответственен за разработку, руководство и исполнение проекта и который представляет проект от имени команды. Этот человек должен заполнить и предоставить бланк заявки. Имя заявителя должно совпадать с именем на рабочем плане. Количество людей, участвовавших в проекте, не влияет на мнение экспертов. Если ваша заявка выигрывает, представители IABC свяжутся с заявителем и спросят, должны ли другие члены команды быть официально признаны. Заявитель *должен* играть ведущую роль в проекте.

Членство в IABC относится к отдельным людям, а не к организациям. Первое контактное лицо и руководитель проекта должен быть членом IABC для получения скидки при оплате. Вы не можете предоставлять заявку, используя чужие членские номера. Это может привести к дисквалификации, и деньги возвращены не будут.

Если проект был сделан клиентом совместно с агентством, кто его представляет?

Любой может представить проект, если у заявителя есть письмо-согласие, определяющее различные роли в проекте, и, в частности, письменное разрешение компании на раскрытие корпоративной информации как одно из требований заявки. Заявки без письма-разрешения (если это разрешение требуется) будут дисквалифицированы. Если кто-то обладает правом собственности на материал, убедитесь, что вы указали это в вашей заявке и на бланке заявки.

Как я узнаю, что моя заявка получена?

Если вы хотите добиться подтверждения о получении, отправляйте ваши заявки и оплату формой доставки с отслеживанием отправлений.

Каким образом оцениваются заявки и какие виды награды существуют?

В Gold Quill Awards работает глобальная сеть высокопрофессиональных экспертов, которые оценивают все заявки. Два эксперта на первом этапе используют стандартизированные критерии для оценки каждой заявки. Заявка должна набрать по меньшей мере 5.25 баллов из 7 возможных, чтобы выйти в финал.

Финалисты в каждой категории далее оцениваются на втором этапе собранием экспертов Blue Ribbon Panel (Blue Ribbon Panel judges), которое состоит из почетных членов IABC, аккредитованных бизнес-коммуникаторов, прошлых победителей Gold Quill Awards и других лидеров в сфере коммуникаций. Это собрание и выбирает победителей. Заявки, набравшие 5,75 баллов и более, получают высшую награду Award of Excellence. Те заявки, чьи баллы между 5,25 и 5,74, получают Award of Merit. Количество наград неограниченно для любой категории. Все решения судей окончательные. Методы оценки можно найти на www.iabc.com/awards/gg/ggjudging.htm.

Как заявкам присваиваются баллы?

Выигравшие заявки должны продемонстрировать, что они отвечают четко поставленным задачам, оригинальны и демонстрируют результат, основанный на измеримых показателях. Эксперты рассматривают, насколько хорошо была продумана и выполнена программа, насколько соответствовали выбранные стратегия и задачи желаемым результатам, а также как достигались и оценивались результаты.

Для информации по оценке работ в различных категориях см. стр. 13.

Действительно ли судьи обращают внимание на такие детали, как размер шрифта и объем рабочего плана?

Да. Если эти требования не выполняются, шансов на победу у вас нет.

Как мне найти нужного координатора для отправки ему моей заявки?

Списки координаторов категорий и региональных/языковых координаторов можно найти на сайте www.iabc.com/awards/gg. Информацию о российском координаторе Вы можете найти на сайте российского отделения IABC: <http://www.communicators.ru/about/gg>

Ответы на другие часто задаваемые вопросы вы можете найти на сайте www.iabc.com/gg.

Ну что, готовы? Вот окончательный контрольный список

Нам нужны победители, и мы бы не хотели, чтобы ваша заявка была дисквалифицирована. Пожалуйста, убедитесь, что вы четко следовали всем инструкциям, описанным в этой брошюре

Перед отправкой заявки проверьте, что вы сделали все из нижеперечисленного:

- Оплатите, выбрав подходящую опцию, вовремя с тем, чтобы оплата была **получена на руки** (а не помечена почтовым штампом) до 27 января (первого дедлайна приема заявок) или 3 февраля 2010 (последнего дедлайна). Убедитесь, что вы приложили копию вашего бланка заявки (или подтверждение по электронной почте от IABC, если вы платили через Интернет) к заявке.
Оплачивайте по тарифу первого дедлайна только в том случае, если вы уверены, что ваш рабочий план и рабочий образец будут получены координатором соответствующей категории до 27 января 2010 года.
- Приложите к заявке письменное разрешение (письмо или распечатку электронной почты) от клиентов или других ключевых участников проекта (если оно требуется).
- Предоставьте рабочий план и в электронном виде на диске, и в распечатке. Если вы этого не сделаете, ваша заявка может быть дисквалифицирована. Рекомендуется посылать диск в обложке, поскольку во время пересылки его поверхность подвергается трению и содержимое может быть повреждено. Обозначьте на диске имя заявителя, название заявки и организацию
- Не превышайте ограничений по размерам. Рабочий план не должен быть больше четырех страниц для Секции 1, трех – для Секции 2 и двух – для Секции 3. Вся заявка (включая рабочий план и рабочий образец, должна быть сброшюрована пружиной с максимальным диаметром 2.55 см. Заявка должна быть отпечатана на бумаге форматом не более А4 (21x29,7 см) шрифтом не менее 10 пунктов (см. требования по оформлению на стр. 16) Помните, что исключение может быть сделано только в том случае, если один (и только один) элемент вашего рабочего образца критичен для вашей заявки (см. стр. 16).

Секция	Максимальная длина рабочего плана	Система начисления баллов	
1	Коммуникационный менеджмент	4 стр.	50% - рабочий план; 50% - рабочий образец
2	Коммуникационные Технологии	3 стр.	40% - рабочий план; 60% - рабочий образец
3	Коммуникационный Креатив	2 стр.	25% - рабочий план; 75% - рабочий образец

- Проверьте заранее, куда вам следует направлять заявку и должна ли она пересекать международные границы. Например, заявки в Северной Америке может потребоваться переслать из США в Канаду и наоборот. Планируйте заранее и выделите достаточно времени для доставки. Не во всех регионах может оказаться срочная курьерская служба.
- Направляйте ваш рабочий план, рабочий образец и бланк заявки или присланное по электронной почте подтверждение соответствующему координатору категории или региональному/языковому координатору (а не в центральный офис IABC) до 27 января 2010 года (первый дедлайн) или до 3 февраля (последний дедлайн). Все компоненты заявки требуются в одной копии. Контактные данные

координатора можно найти на www.iabc.com/awards/gq. Ваша заявка, рабочий план и образец должны быть **получены на руки** (а не помечены почтовым штампом) до одной из указанных дат. Рабочие планы и рабочие образцы, которые отправлены по факсу или электронной почте, не принимаются.

Средства не возвращаются, если рабочий план и образцы не предоставлены в указанные сроки

СПЕЦИАЛЬНЫЕ НАГРАДЫ

Все выигравшие заявки автоматически рассматриваются на получение следующих специальных наград. Для этого вам не надо заполнять дополнительные бланки.

Jake Wittmer Research Award, присуждаемая Исследовательским Фондом IABC, отмечает выдающиеся исследования, которые были подготовлены и разработаны коммуникатором организации и которые способствовали успеху коммуникационной программы.

Business Issue Award отмечает работы, направленные на решение важных проблем бизнеса, которые угрожают экономической стабильности и жизнеспособности организации заявителя. Они демонстрируют стратегическое участие и представляют эффективное, инновационное решение, которое приносит измеримые результаты. Это служит примером для других коммуникационных проектов, которые затрагивают такие же проблемы бизнеса.

КОНКУРС STUDENT AWARDS

Конкурс Student Gold Quill Awards отмечает мастерство в области коммуникаций на уровне студентов и выпускников. Если вы студент очной или заочной формы обучения, вы можете предоставить выполненную вами работу на участие в этом конкурсе.

Информацию о категориях, оплате и правилах подачи заявки вы можете найти на www.iabc.com/student.

Победители-студенты будут отмечены в выпуске журнала IABC *Communication World* за июль- август, на сайте Ассоциации и на Всемирной конференции IABC.

THE SHARON BERZOK STUDENT AWARD OF EXCELLENCE: СТИПЕНДИЯ US\$500

Все участники конкурса Student Gold Quill Awards автоматически участвуют в конкурсе Sharon Berzok Student Award. Победивший заявитель получит целевую стипендию 500 долларов, которая должна быть направлена на профессиональное развитие, образование или обучение.

Награда Sharon Berzok Student Award будет получена студентом, который, по мнению экспертов, достиг высшего уровня мастерства в конкурсе Student Gold Quill и демонстрирует приверженность успешным коммуникациям.

Официальный бланк заявки на Gold Quill Awards Program 2010 (используется при оплате чеком)*

*** Русская версия бланка заявки предназначена для ознакомления. При оформлении заявки и оплате чеком должна заполняться оригинальная версия бланка заявки на английском языке (см. ниже)**

Все онлайн-платежи должны осуществляться по кредитной карте.

Сделайте проще! Зайдите на сайт www.iabc.com/awards/gq и оплатите через Интернет.

Если вы воспользовались этим бланком, вносите необходимую информацию разборчиво. Все поля должны быть заполнены аккуратно и полностью. Если вы выиграете, вас спросят дополнительно об остальных членах команды, если таковые есть.

Это бланк заявки для профессиональных коммуникаторов. Бланк для студентов и подробности студенческого конкурса вы можете найти на www.iabc.com/student.

Информация для подачи заявки

Организация заявителя

Организация клиента (если заявка от внешнего агентства)

Внешнее агентство (если заявка от организации клиента)

Имя заявителя (только одно имя, совпадающее с именем на рабочем плане)

Я член IABC (заявитель, не организация). Член № (номер должен совпадать с именем заявителя)

Я ABC, Аккредитованный Бизнес-коммуникатор (Accredited Business Communicator).

Адрес заявителя:

Улица

Город

Область

ZIP/почтовый индекс

Страна

Телефон

Факс

E-mail*

* Вся корреспонденция, касающаяся вашей заявки, будет отправляться электронной почтой, за исключением извещений и отзывов, которые будут отправлены обычной почтой.

Название заявки

Укажите секцию и категорию, куда бы вы хотели предоставить эту заявку. Тот же самый проект или его части могут быть представлены на рассмотрение в качестве заявок в другие категории. Составьте отдельный рабочий план для каждой заявки и приложите список любых других секций и категорий, куда бы вы хотели подать вашу заявку.

- Номер и название секции
- Номер и название категории

Координатор категории или региональный/языковой координатор (кому вы отправляете свою заявку)

(См. список координаторов на www.iabc.com/awards/gq. Информацию о российском координаторе Вы можете найти на сайте российского отделения IABC: <http://www.communicators.ru/about/gq>)

Не отправляйте вашу заявку в главный офис IABC. Она будет дисквалифицирована, и деньги не будут возвращены.

Оплата

Требуется предоплата. Определите, какая сумма требуется для оплаты подачи вашей заявки. Оплата распространяется на одну заявку (включая случаи, когда одна и та же заявка подается более чем в одну категорию). Оплата производится в долларах США.

Оплата заявок, полученных до 27 января 2010 года (включительно):

- US\$190 для членов IABC
- US\$290 для не членов
- US\$485 – вступить в IABC и подать заявку
- US\$410 – аккредитация и Gold Quill Awards

Не оплачивайте по тарифу первого дедлайна, если вы не уверены, что ваш рабочий план и рабочий образец будут получены координатором соответствующей категории до 27 января 2010 года (включительно).

Оплата заявок, полученных после 27 января, но до 3 февраля 2010 года (включительно):

- US\$325 для членов IABC
- US\$425 для не членов
- US\$620 – вступить в IABC и подать заявку
- US\$545 – аккредитация и Gold Quill Awards

Внимание: Варианты «Вступить в IABC и подать заявку» и «Аккредитация и Gold Quill Awards» не комбинируются. Опция «Аккредитация и Gold Quill Awards» доступна только действительным членам IABC.

Всего заявок x оплат = долларов США

Не оплачивайте заявку согласно тарифу для первой даты приема, если не уверены в том, рабочие планы и рабочие образцы будут получены координатором до 27 января.

Если ваш рабочий план и рабочий образец не предоставлены вовремя, деньги не возвращаются.

Даете ли вы разрешение IABC на публикацию вашего рабочего плана в материалах Ассоциации, включая сборник *Best Practices in Communication Planning and Implementation 2010*?

Да Нет

Даете ли вы разрешение IABC на размещение вашего рабочего плана на сайте?

Да Нет

Поставив здесь галочку, я соглашаюсь со всеми решениями касательно этой заявки, со всеми последующими формами признания и поощрения со стороны IABC и с тем, что решения IABC окончательны.

Все проекты-победители появятся на сайте Ассоциации и в выпуске журнала Communication World за июль-август 2010 года. Названия компаний, которые будут упомянуты в журнале, будут отредактированы в соответствии со стилем журнала.

Бланки заявки и оплату (и только их) следует отправлять по адресу:

IABC Gold Quill Awards
601 Montgomery St., Suite 1900
San Francisco, CA 94111 USA

2010 GOLD QUILL AWARDS PROGRAM OFFICIAL ENTRY FORM (FOR CHECKS ONLY)

All online payments must be made by credit card.

Make things easier! Enter and pay online at www.iabc.com/awards/gq.

If you use this paper form, please print the required information legibly. All fields must be completed accurately and in full. If you receive an award, you will be asked to provide any additional information such as names of additional team members, if applicable.

This is the professional entry form. Student entry forms and competition details are available at www.iabc.com/student.

Entry information

Entrant's organization

Client organization (if entered by outside agency)

Outside agency (if entered by client organization)

Entrant's name (one name only, must match the name on the work plan and be the primary lead on the project)

I am an IABC member (entrant, not organization). Member # (must match entrant's name)

I am an ABC (Accredited Business Communicator).

Entrant's street address

Town/city

State/province

ZIP/postal code

Country

Phone

Fax

E-mail*

*All correspondence regarding your entry will be conducted by e-mail with the exception of notification letters and feedback, which will be mailed by post.

Title of entry

Please list the division and category in which you would like to submit this entry. The same project, or parts of it, may be submitted as entries in different categories as long as they all apply. Create a tailored work plan for each entry, and attach a list of any other divisions or categories to which you are submitting the entry.

Division number and name

Category number and name

Category or regional/language coordinator (to whom you are sending your entry)

(See www.iabc.com/awards/gq for the list of coordinators.)

Do not send your entry to IABC headquarters. It will be disqualified and no refunds will be given.

Payment

Prepayment is required. Please check the appropriate fee. This fee applies to each entry (including the same entry submitted to more than one category). Payments must be made in U.S. dollars.

Entry and fee received on or before 27 January 2010:

US\$190 IABC member US\$290 Non-member US\$485 Join IABC and Enter US\$410 Accreditation and Gold Quill Awards

Do not pay the early-bird rate if you are not certain that your work plan and work sample will be received in hand to the appropriate category coordinator on or before 27 January 2010.

Entry and fee received after 27 January 2010, but on or before 3 February 2010:

US\$325 IABC member US\$425 Non-member US\$620 Join IABC and Enter US\$545 Accreditation and Gold Quill Awards

Note: The "Join IABC & Enter" option and "Accreditation & Gold Quill Awards" option are not combinable. The "Accreditation & Gold Quill Awards" option is only available to IABC members.

Total entries x fee = US\$

Work plans and work samples expected to be received between 28 January to 3 February should pay the final deadline fee.

No refunds will be given if the work plan and samples are not submitted on time.

Does IABC have permission to reprint your work plan in IABC resources, including *Best Practices in Communication Planning and Implementation 2010*?

Yes No

Does IABC have permission to post your work plan online?

Yes No

By checking this box, I agree that all decisions regarding this entry, and any subsequent recognition, lie with IABC, and that IABC's decisions are final.

The names of all winning entries will appear on IABC's web site and in the July–August 2010 issue of IABC's magazine, *Communication World (CW)*. Company names that appear in *CW* will be edited to match the magazine's style.

OFFICIAL ENTRY FORMS AND PAYMENT ONLY SHOULD BE MAILED TO IABC AT:

IABC Gold Quill Awards
601 Montgomery St., Suite 1900
San Francisco, CA, 94111 USA